

日常裡的奇觀—— 以「故宮動物召喚師」自主導 覽體驗為例

■ 賴志婷

2019年7月開展的「故宮動物園」係國立故宮博物院（以下簡稱故宮）首次為國小兒童策劃的主題大展，為吸引展覽聚焦的親子受眾主動前往博物館現地（On Site）觀展，筆者¹嘗試以展覽文本設計虛構情境，建構觀展探索的體驗路徑，量身為國內親子觀眾策劃「故宮動物召喚師」展場體驗，在為期一週的原生廣告宣傳，於兩日內引發千名觀眾自發性親臨本活動。本文將援引傳統博物館「文明儀式」（civilized ritual）觀點切入，從本企劃之數位行銷語境、展場敘事及學習道具的設計，試析在數位時代聲光雜沓的時代氛圍，如何以「游擊行銷」為起手式，設計相符展覽主題的語境敘事，並開發兼富拓撲文物知識的功能性教具，實踐「參觀前」、「參觀過程」、「參觀後」的「博物館經驗」最終引導親子觀眾於博物館「儀式空間」練習凝視（Gaze）物件的學習本質，作為在當代復興博物館文明儀式的取徑參考。

「文明儀式」的兩條路線：奇觀與日常

1990年代，藝術史學家鄧肯（Carol Duncan）首先提出「文明儀式」運用於美術館空間的概念，文明儀式泛指人類行使「儀式」（ritual）之前與之後的轉換狀態，將此概念挪移至美術館，館內的集結文物歷史如同時空隧道，再藉由「凝視」²博物館物件，讓參觀前與參觀後的生命經驗，宛如身歷一場「文明儀式」，而這是僅有在博物館現場才能得到的體驗。³近年來，隨著故宮的教育功能不斷變體、茁壯，無論是發展數位巡展、具國際聲譽的虛擬實境（virtual reality）展覽，讓故宮的教育功能形構為百花齊放的多元「博

物館景觀」，與博物館內的傳統「文明儀式」空間各自裂解為截然不同的場域精神。筆者將以「奇觀」與「日常」兩種分類試析博物館於教育實踐中的兩種取徑，「奇觀」泛指在博物館內的以社交、寓教於樂為主的大型活動，或者在博物館場域之外執行的教育推廣，以及前瞻的博物館科技製作；「日常」則泛指「博物館內」的自主導覽或專人／語音導覽等傳統教育功能。本文關注如何在日常展覽中設計與展覽文本貼合的教育內容，以提升觀眾的博物館經驗，⁴並創造文明儀式。

在創造文明儀式之際，並行打造「博物館經驗」亦為教育人員在設計推廣活動時參



圖1 倫敦泰特現代美術館 (Tate Modern) 2016年10月所舉辦之「優衣褲泰特之夜」(Uniqlo Tate Lates)，於每月最後一週的周五舉行，活動包含小型收藏討論會、藝術錄像播放、隨機館內走秀等新創派對活動。 ©Tate photography

照的概念。Falk 和 Dierking 於 1992 年綜合提出的《博物館經驗》一書內容中以「社交」和「締結」兩種概念解釋「博物館經驗」，簡而言之係為一種由個人知識背景 (personal context)、場域經驗 (physical context) 和社會關係 (social context) (父母、手足等陪同參觀對象) 三大面向構成整體性的 (as a gestalt) 整合記憶。因此，博物館的教育推廣活動作為「展覽」與「觀眾」的文化中介，於當代而言至關重要，尤其在當代大眾視聽娛樂產業的強勢充斥之下，博物館不再如同上世紀七〇年代成為文化觀光的熱門設施，係政府單位將博物館視作為振興地方產業的解藥，反觀隨著大眾消費結構的變遷，博物館更是面臨日益捉襟見肘的經營困境，如大英博物館 (The British Museum) 於 2002 年起便陷入連年的虧損，加上普遍公立博物館文化預算的銳減，使得大部分博物館必須不斷

地進化及變體，企圖提升休憩、娛樂功能及舉辦大型的國際超級特展 (blockbuster exhibitions)，前仆後繼地策劃「奇觀」，以吸引國人及來自各地的旅客。

另外，在傳統博物館四大功能的「展示」、「研究」、「保存」、「教育」下，尤數「教育功能」的蓬勃發展最為外顯，以故宮為例，為因應時代趨勢，「教育」相關業務更嘗試媒合如「社交活動」、「寓教於樂」、「數位教育」等其他面向，演化成各自獨立的論述與實踐體系，分支甚廣而龐大，成為一座座多元、豐富的「博物館景觀」，在此引述德波於 1976 年的著作《景觀社會》，⁵ 他闡釋據大眾消費興起的時代以來，「奇觀成為了社會實相的核心，迎合了流行文化，並體現符合大眾消費時代的讚美」，博物館也得因應時代需求，轉身肩負娛樂及社交的功能，如 1997 年「長夜柏林」廣邀柏林城的博



圖2 「優衣褲奈特之夜」邀請不同面向的社群作小型討論，圖為「無家者博物館」（Museum of Homelessness）於泰特交流室（Tate Exchange）舉辦的小型討論會，討論無家者與城市景觀、美術館、社會的關係。 ©Tate photography



圖3 「故宮不思議事件簿」活動主視覺。 教育展資處提供

物館、美術館群發起館內的夜間派對，捲起千禧年之際風生水起的「博物館社交場」（圖1、2），⁶2003年以巴黎為圓心舉辦「白晝之夜」（Nuit Blanch），企圖讓大眾娛樂和純藝術的界線，透過流動性的無牆場域活動作整合，是謂橫跨劇場、音樂、藝術、電影的「奇觀」，簡而言之，創造博物館的奇觀實驗場遂成為當代的顯學，故宮的「博物館奇觀」亦不遑多讓，如2017年暑期舉辦「故宮不思議事件簿——實境解謎遊戲」（圖3），以北院展場為遊戲場域，邀請每場100名觀眾分組進行解謎；2018年更擴大辦理「故宮最強尋寶王」定向體驗活動，係以故宮北部園區為核心，遊戲範圍擴及鄰近衛理女中的大型城市尋寶。

此外，「數位奇觀」亦是故宮近十年



圖4 「清水雅集——故宮書畫新媒體藝術展」展場一隅。 教育展資處提供



圖5 「海錯奇珍——沉浸式互動劇場」榮獲第51屆美國休士頓獨立製片與國際影片影展兒童互動教育獎項，以創新之躺臥觀展方式，將海錯圖的奇景投影至布幕上，利用觸控科技體驗，感受置身古代大海之感。 教育展資處提供

來於數位教育推展方面的重點標的，致力於將館藏資源轉譯為多元形式，如發展數位巡展（圖4、5），即是近似英國博物館界「開放博物館」的文化近用策略（access to the culture），利用新媒體藝術（New Media Art）擘劃「有如參觀故宮」的畫境體驗及物

件凝視經驗，企圖透過數位互動的共感語境消彌傳統博物館在社經條件、教育程度差距下所構成的相異審美經驗，⁷故此，「移動的數位宮殿」⁸遂成為故宮縮短「現實城鄉」之遙的文化平權實踐，在原鄉的「歷史文脈」下詮釋故宮的文物收藏系譜；另外在數位教



圖6 學生操作「scratch」圖形化設計軟體將院藏清郎世寧〈百駿圖〉的素材透過程式編輯，製作百駿圖動畫。教育展覽處提供

育方面，更亦於 2014 年爭取國發會預算開始建構故宮客製教程，開放典藏圖像素材，積極與國內教育單位合作，並接軌國際 STEAM 數位藝術教育方法（圖 6），⁹ 於此，博物館的教育服務從物件導向（object-based）轉為文本導向（contextual approach），教案的重心不在實體文物本身，在該轉向階段，實體文物被影像和轉譯成果所取代，僅留下「符號」，後設的教案從文物符號的研究及轉譯而誕生，簡而言之，故宮無牆博物館策略的成功，雖然讓教育功能得以彰顯，卻漸漸退居傳統博物館「文明儀式」的現地經驗之外，僅剩下語音導覽及定時導覽等相較被動的「場域服務」，在「奇觀」之外的「日常」，意即展覽現場（on site）的教育推廣，在總體教育推廣業務的佔比下顯得失衡。

創造日常裡的奇觀：「故宮動物召喚師」企劃

筆者因其有感，不斷思索如何在當代重新吸引觀眾對「博物館內」（相對於「無牆博物館」的教育服務，本為將「博物館內」作為博物館場域的比喻）展覽的高度興趣，

誠然，故宮在數位藝術轉譯的路上發展了一條與故宮院內展覽截然不同的審美語境。如斯快速的「增殖」現象，雖然企圖讓博物館美感教育透過數位技術無形地、無牆地浸潤至人們的生活中，然而，值得觀察的是，來院兒童參觀人數相對稀少。自 2014 年至 2018 年近五年參觀故宮北部院區正館之人數摘要資料，¹⁰ 國人佔參觀總人次的四分之一，其中，十八歲以下國內學生平均佔比為 3.24%，兒童觀眾平均佔比為 3.05%，如斯的兒童參觀人數摘要資料不免令博物館教育工作者擔憂，因為兒童參與博物館的幼年經驗往往影響其終身對博物館的觀感及參觀行為，在少子化的衝擊下，故宮急需思索如何重新將兒童帶回文明儀式的現場，準此，將兒童觀眾帶回文明儀式的現場，成為本「故宮動物召喚師」（圖 7）企劃之緣起。

自主導覽（Self-Guided Tours）的教案設計，在上世紀九〇年代便在英國牛津地區博物館出現，¹¹ 名稱非常多元，包含探索背包（Discovery packs、Explorer backpacks）、家庭背包（Family Back-Packs）、學習包等（Education packs），背包的主要組成物分為學習指南（大多以手冊、學習單呈現）及學習輔具，其中，學習輔具針對常設展內容設計，提供學員欣賞作品及文物的觀看道具。其中，又以英國維多利亞與亞伯特博物館（Victoria and Albert Museum，簡稱 V&A）推出的「學習背包」（backpack）最為受到廣泛討論，博物館行之有年地已推出十多種學習背包（圖 8、9），並且為不同年齡層的兒童設計，例如，針對五到十二歲孩童，製作「好奇瓷器」，讓孩童化身探索景德鎮瓷器和荷蘭瓷器的遊歷者，這也是一款為視障孩子定



圖7 「故宮動物召喚師」活動主視覺，以「故宮動物園」所展出的作品圖像結合遊戲情境作設計。教育展資處提供



圖9 V&A 學習背包使用過程。©V&A, London.



圖8 V&A開發之「時空旅人」學習背包，包含引導手冊、學習輔具等。©V&A, London.

製的學習背包，透過觸摸瓷器的模型來理解瓷器的形制，另外對年長一點的孩子，則企劃「小小建築師」，透過館內豐富的建築裝飾背景，讓孩子成為年輕的「建築學者」；其中最受歡迎的新款背包是「來去中國冒險」，孩子被情境設定為黃粱一夢的夢遊者，在中國古代體驗茶文化的聞香儀式，還可以想像化身古代皇帝，依照背包提供的紙本和龍椅指南，繪製出屬於自己的龍椅。

定制遊戲劇本：談轉譯

簡而言之，賦予兒童一個明確的角色，是學習背包在設計上的重要元素，企劃貼合展覽情境的劇本，揀選適合的展品。「故宮動物召喚師」以「召喚師」作為賦予兒童的角色，是一款結合實境闖關和桌上遊戲元素的學習背包，含一款任務手冊、遊戲對戰地圖，觀眾得以持手冊進展覽場域進行解謎，待解謎後便可至服務臺領取「遊戲卡牌」一套。（圖10）設定的情境為「在故宮動物園裡，二十四隻動物失去了牠們的記憶，忘記了自己是誰。你願意幫助牠們找回自己的名字嗎？只要在圖鑑上寫下正確的答案，就能解除記憶封印，召喚二十四隻動物，成為保護你的奇幻生物。」將「故宮動物園」展覽現場作為召喚師「解任務」的地點，展覽則為本院



圖 10 「故宮動物召喚師」學習背包組合，含手冊、卡牌及遊戲對戰地圖。 作者攝 教育展資處提供

首次針對兒童觀眾舉辦的書畫展覽，內容以宋代至民國的動物主題書畫作品為展出標的，以「動物」這個對兒童而言具體、可親性高的主題，拉開兒童對古畫的興趣，藉以瞭解古代想像的生物以及現今仍然存在的動物，啟發觀眾對故宮文物的共感。

德國的教育有兩個相近的概念，分別為教育（Erziehung）和薰陶（Bildung），再更精確地來細分，Erziehung 泛指的是「物」的知識，舉凡人類遺產、文化資產等，而 Bildung 指的是與「人」有關的知識，在本案例的脈絡中，「書畫的藝術」以展覽本體作傳播，則為物的知識，然而，「故宮動物召喚師」以虛構的架空情境，提供兒童自我挑戰、解決問題（手冊謎題）及自我實現（成為召喚師）的情境（見圖 7），提供與展覽高度相關，



圖 11 清戴洪〈鳳凰祥雲〉手冊謎題引文。 教育展資處提供

卻又獨立於展覽的學習環境，便為 *Bildung*，屬於「人」的知識，即較為抽象的人格建造、涵養建構，例如，將藝術作為探究世界的思考工具，而非一個專門學科，¹² 因此，在設計在「故宮動物召喚師」的過程中，盡量以主題性敘事，而非以零碎的知識呈現，在學習手冊的文字中，大量減少作品畫師和畫作背景的介紹，僅為每一件畫作設定一則專為兒童設計的訊息，例如，在「鳳凰祥雲」主題中，以「想像的動物亦是歷史。」（圖 11）作為理解此作的概念，而在書畫美學知識的傳達上，例如，介紹「留白」的手法時，透過華品畫龜的作品引領兒童思考「為什麼畫家不畫水波紋呢？……小動物可以在水中悠遊，也可以在宇宙間暢遊，全靠你的想像力」（圖 12），提供兒童一種觀看中國書畫的關鍵賞

析，亦強調想像力的重要性。

提倡建構主義學理的 Reggio 強調幼兒探究知識的可能性，包含兒童的哲學、兒童的語言，旨在讓兒童成為獨立於成人的族群看待，在博物館教育活動中為兒童設計專門語言來探索展覽，是教育和薰陶整合的觀展經驗，亦為展覽與教育活動理想的場域實踐。

打造數位時代凝視經驗：談文明儀式

除了轉譯文字在學習背包的設計上佔有重要的引導功能，視覺圖像亦是不可或缺的要素，然而，現代童年與上世紀童年有極大的差距，在時代的快速發展下，現代兒童面臨充斥數位化影音環境，過多的圖像化環境，使得兒童於時間感、真實感的體驗弱化所導致的注意力缺乏，皆為現代童年無法練習「凝視」這項對觀看藝術作品至關重要之因素，



圖 12 | 清華品《畫龜》手冊謎題引文。教育展資處提供



圖 13 | 展場觀眾在清郎世寧《白鶴圖》前「凝視」。作者攝



圖 14 「故宮動物召喚師」活動第一日首批進場挑戰的觀眾群。 作者攝



圖 15 三名觀眾發現目標作品。 作者攝



圖 16 觀眾依循手冊在展場尋找雉斑蝶圖像。 作者攝

拉岡（Jacques Lacan）認為，觀看藝術品的過程，即是透過「看」與「被看」之間，建構自我認同的鏡像，藉由凝視，連結自身與博物館乘載的知識與歷史，他提出的三界域理論分別為想像界（the Imaginary）、象徵界（the Symbolic）、及真實界（the Real）。

筆者以「故宮動物召喚師」其中的遊戲模式嘗試應用三界域理論，設計兒童在「視像—象徵—真實」的教育輔具賞鑑中國書畫，形式分為「場域內凝視」及「場域外凝視」。前者階段，孩童需依循「故宮動物召喚師」手冊的提示，透過放大的圖像尋找展場內原畫作（圖 13～16），在尋找指示圖像的過程中完成二十四隻動物的「凝視」，待完成闖關後，孩童能得到一副「召喚師卡牌」（圖 17～20），共二十四張，每一張皆對應孩童於展覽現場所「召喚」的動物，融入不



圖 17 宋錢選〈蓮實三鼠〉卡牌說明融合展場內十二生肖之背景。 教育展覽處提供

同動物屬性的背景，並針對動物的特徵設計遊戲參數，規劃一副兩人對戰的桌上遊戲，作為「場域外凝視」的展覽拓樸。

三界域的具體關係，可以透過宋蘇漢臣〈開泰圖〉於本企劃輔具的設計（圖 21）為例：手冊中的謎題引文「一位童子被小動物群環繞，共有八十一隻，指冬至後八十一日就會回暖，萬象更新，古時候很多動物都象徵吉利的寓意，很多成語和畫作都和動物有關呢……」透過手冊引文理解此訊息後的「凝視」，作為「場域內凝視」，理解節氣與吉祥應景之意；在「場域外凝視」，以宋蘇漢臣〈開泰圖〉對應設計的卡牌中：「羊是畜牧活動中常見的動物之一，雖然攻擊力不強，但當數量眾多時，還是有千軍萬馬的氣勢，要善用合作卡的功能喔！」（圖 22）則透過遊戲情境的脈絡，將宋蘇漢臣〈開泰圖〉中



圖 19 宋人〈霖雨圖〉卡牌說明及遊戲設定，帶入「龍」的文化象徵，在遊戲中將力量值調節至最大。教育展覽資處提供



圖 18 清鼎璜〈雉斑螺〉取畫作上楷書說明「其螺甚堅」、「可作號螺」之意，設計為防禦指數最高的卡牌，可抵擋遊戲中的動物牌卡，便於玩家加深對〈海錯圖〉海生物的記憶。教育展覽資處提供



圖 20 宋劉松年〈海珍圖〉卡牌說明以「海底總動員」動畫電影作為海珍圖生物的擬人化類比，象徵「想像的海生物」具有乾坤奔蕩之氣。教育展覽資處提供



圖21 宋蘇漢臣〈開泰圖〉手冊謎題引文。教育展資處提供

羊群「群居」的概念去對應卡牌的遊戲設定，並賦予「合作卡」的功能，藉以幫助兒童在遊戲中加深記憶畫作中的「放牧景象」。兒童在觀賞完展覽後，日後便得以透過象徵「弱文物」功能的遊戲卡牌，在日常的生活中「橋接」和「延續」博物館的凝視經驗。

小結

為博物館常設展定製學習背包，是上世紀九〇年代新博物館學於教育推廣上常見的實踐，針對限期且展出時間較短的特展，因成本考量，鮮少設計貼合展覽敘事的學習背包。然而，博物館全年皆有特展，這些短期且必然精彩的展覽，亦值得教育推廣人員企劃、設計精良的展覽現地活動。筆者以遊歷博物館的生命經驗，體認博物館場域所呈現的時間永恆之感及視覺經驗所構成的文明儀

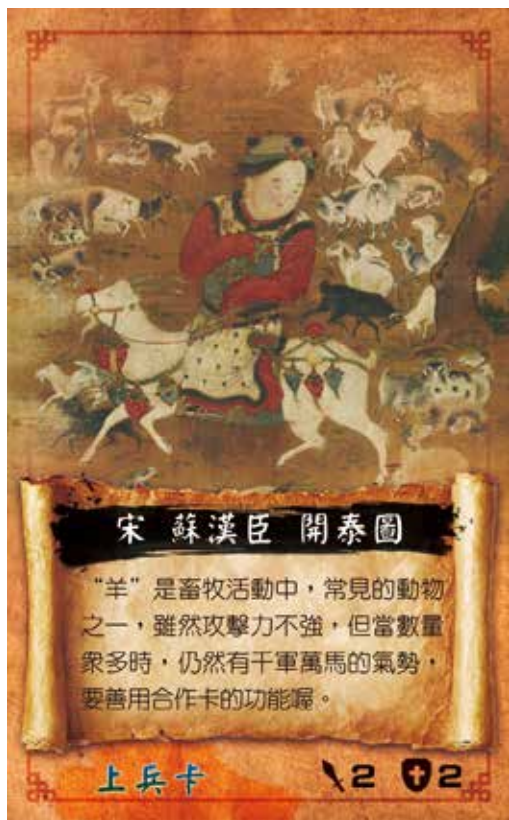


圖22 宋蘇漢臣〈開泰圖〉卡牌說明將古代畜牧與羊群的關係融入，以「合作卡」設定將群聚動物的形象更鮮明。教育展資處提供

式，係不論虛擬實境或擴增實境展示至今難以分庭抗禮的非凡體驗，因此，加強國人對場域內展覽的「文明儀式」體驗至關重要，尤以兒童觀眾最為關鍵且急迫，另外，本活動從引文轉譯、教育設計和行銷的對象皆針對孩童設計，然而，宣傳的對象則須設定為孩童的家長，次要宣傳對象則為年輕族群，其中，宣傳期又以適當的行銷語境，運用「解鎖」、「召喚模式」、「戰鬥」等詞彙，進而吸引網路世代對遊戲有興趣的年輕觀眾及對益智活動熟悉的家長，透過焦點群體的口碑散播，以及宣傳指定的擴散方式（標註第一人並公開分享貼文），加深焦點群體周圍

觀眾的好奇心及討論熱度。再者，於宣傳的階段步驟上，在第一階段刻意不告知活動形式，僅宣傳「故宮動物召喚師」抽象的活動時間，藉以營造活動神秘感：「故宮動物召喚師是本站關卡，即將於7月5日（五）解鎖！只要去一樓服務臺領取故宮動物圖鑑手冊，就能啟動召喚模式，進展場召喚二十四隻動物，故宮關主在召喚峽谷等你。」接近正式活動期間後，再作二階段宣傳，透過限量活動禮抽獎，擴散活動的觸及度，指令限定觀眾需再標記一位朋友作公開分享，企圖增加目標群眾，並同時曝光夠多活動資訊，亦保留活動形式的細節和神秘感。

本文藉析「故宮動物召喚師」在轉譯、設計和行銷的策畫和執行過程，作為數位時

代，將「文明儀式」包裝成吸引親子觀眾的宣傳策略實踐，並透過於場域內參觀過程中設計一連串「凝視」作品的練習，最後透過教具的開發設計，完整「牆內」（場域內）及「牆外」（場域外）的凝視經驗，復刻亦新創「博物館經驗」的現場案例，期為兒童受眾建構知識背景、規劃遊戲體驗，更希冀透過衍伸教具的開發，讓「親」與「子」在離開博物館後，得以透過「教具」延續博物館展覽的參觀經驗。

本企劃特此感謝書畫處王湘文小姐、陳建志先生的協助，以及教育展資處黃郁涵小姐、黃濤莉小姐、方慧潔小姐及劉君祺小姐於活動執行的慷慨支援，以及匿名審查委員為本文提供的寶貴意見。另外也感謝蘇英嘉老師共同參與設計遊戲。

作者為本院教育展資處研究助理

註釋

1. 筆者為教育展資處「故宮動物召喚師」活動承辦人。
2. Jacques Lacan, *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis* (Paris: Éditions du Seuil, 1964), 84-85. 援引二十世紀初精神分析學家拉岡 (Lacan) 的「凝視」(gaze) 理論，他提出早期兒童的透過凝視，構成「自我」與「他者」的鏡像關係，被廣泛地援引觀看社會的典型方式。在此被理解為於博物館觀看藝術作品的過程。
3. Carol Duncan, *Civilizing Rituals: Inside Public Art Museums* (New York: Routledge, 1995), 11.
4. John H. Falk & Lynn D. Dierking 著，林盈潔等譯，《博物館經驗》（臺北：五觀藝術管理，2001）。
5. 《景觀社會》（法語：La Société du spectacle）初版於1967年，為法國思想家蓋·德波（Guy Debord）批判後工業時代的資本主義文化活動，指涉「視覺影像作為社會中介」，包羅視覺文化、大眾消費文化等，本文援引該書理論，並運用於博物館的視覺文化、活動所展現的流行現象。
6. 賴志婷，〈「實驗場」或「交際場」？談泰德現代「公共參與」的除魅〉，《高雄市立美術館藝術認證期刊》，80期（2018.10），頁55-61。筆者於文中比較不同贊助企業對泰特現代美術館的夜間活動形式上及目標上的轉變，2016年起由「優衣褲」贊助下的 Tate Lates 將以往「實驗型」的場域活動轉為「交際型」的派對活動，比往年由聯合利華及韓國現代汽車所贊助的活動，以平均人次而言，增加了約十萬人次青年。
7. Pierre Bourdieu, *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (London: Routledge, 1984). 法國社會學家布迪厄 (Bourdieu) 在該書中認為社會階級與審美經驗高度相關，舉凡如聽古典音樂、逛博物館等高級的文化行為，屬於家庭早期的培養，另如聽流行音樂、看大眾電影等則為不需早期經驗薰陶之文化行為。
8. 賴志婷，〈移動的數位宮殿——國立故宮博物院變體策展機制〉，《高雄市立美術館藝術認證》，82期（2018.10），頁42-47。
9. 「STEAM」是五種學科、領域的縮寫。S指「科學 (Science)」，T指「科技 (Technology)」，E是「工程 (Engineering)」，A指人文藝術 (Art)、數學是 M (Mathematics)。故宮於2018年推出結合人文藝術結合 STEAM 的教程，以科技工具和故宮古文物素材編寫教材，於國內偏鄉國小服務。
10. 人數統計資料參考教育展資處104年至107年統計數據。引自《故宮年報104～107》，《國立故宮博物院官網》，<https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=02000050>（檢索日期：2019年9月18日）。
11. 有關博物館學習背包的定義與介紹，請參考：劉曉樺、林宜蓉，〈促進家庭觀眾博物館經驗的學習背包——以英國倫敦和牛津地區博物館學習背包為例〉，《博物館學季刊》，32卷1期（2018.1），頁5-34。
12. 侯天麗，〈兒童博物館的定位與展望——向德國借鏡〉，《博物館學季刊》，28卷1期（2014.1），頁51-69。